

GEOPOLITIK DAN KEPEMIMPINAN BISNIS GLOBAL: DAMPAK KETIDAKSTABILAN POLITIK TERHADAP KEPEMIMPINAN GLOBAL

**Hanifah Mulyani, Dina Rachmawati, Asraful Anam,
Dr. Moh Isa Anshori, S.E., M.Si**

Program Studi Manajemen, Program Studi Manajemen,
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trunojoyo Madura, Universitas Trunojoyo Madura,
Universitas Trunojoyo Madura

hanifahmulyani2@gmail.com , dinarachma106@gmail.com ,
asrafulanam12@gmail.com , isa.anshori@trunojoyo.ac.id

Received: 2025-03-20. **Revised:** 2025-04-21. **Accepted:** 2025-04-22. **Issue Period:**
Vol.9 No.2 (2025), Pp. 789-797

Abstrak: Dalam era globalisasi yang penuh kompleksitas, ketidakstabilan politik menjadi tantangan utama bagi perusahaan multinasional seperti PT Unilever. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak geopolitik terhadap operasional bisnis, strategi kepemimpinan, dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan global. Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, penelitian ini menyoroti bagaimana Unilever merespons berbagai dinamika politik global, konflik Rusia-Ukraina, serta perubahan sosial-politik di pasar domestik seperti Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa kepemimpinan global yang adaptif dan berbasis nilai, disertai strategi diversifikasi serta manajemen risiko yang terstruktur, menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlangsungan bisnis. Penelitian ini menjelaskan pentingnya peran kepemimpinan yang sensitif terhadap isu-isu global untuk mendukung stabilitas dan pertumbuhan perusahaan multinasional di tengah ketidakpastian geopolitik.

Kata kunci : Geopolitik, Kepemimpinan Bisnis Global, Ketidakstabilan Politik

Abstract: In an era of globalization full of complexity, political instability is a major challenge for multinational companies such as PT Unilever. This study aims to analyze the impact of geopolitics on business operations, leadership strategies, and the company's resilience in the face of changes in the global environment. By using a literature study approach, this research highlights how Unilever responds to various global political dynamics, the Russia-Ukraine conflict, as well as socio-political changes in domestic markets such as Indonesia. The results of the study show that adaptive and value-based global leadership, accompanied by diversification



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1865

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

strategies and structured risk management, are key factors in maintaining business sustainability. This research explains the importance of the role of leadership that is sensitive to global issues to support the stability and growth of multinational companies amid geopolitical uncertainty.

Keywords: *Adaptive leadership, international trade, global disruption, innovation, cross-cultural collaboration*

I. PENDAHULUAN

Geopolitik merupakan hubungan kekuasaan yang memengaruhi stabilitas politik, keamanan global, dan ekonomi. Klaus Dodds menggambarkan geopolitik sebagai istilah yang kompleks dan *geopolitics is a slippery term* yang mencerminkan pentingnya memahami interaksi antarnegara dan masyarakat luas dalam konteks global [1][2]. Pemahaman geopolitik menjadi kunci untuk memahami dinamika dunia yang saling terhubung melalui perdagangan, teknologi, dan investasi, terutama dalam era globalisasi saat ini. Perubahan di satu negara dapat berdampak luas terhadap negara lain, termasuk dalam dunia bisnis, sehingga menuntut kepemimpinan global yang mampu mengelola kompleksitas lintas budaya, geografis, ekonomi, dan sosial. Kepemimpinan global menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan geopolitik. Daniel Goleman mendefinisikan kepemimpinan global sebagai kemampuan seorang pemimpin untuk berinteraksi dan memimpin secara efektif dalam konteks internasional [3]. Mendenhall et al. menekankan bahwa kepemimpinan global tidak hanya tentang memimpin di tingkat nasional, tetapi juga mengelola perbedaan yang muncul dari berbagai aspek geografis dan budaya [3]. Thomas Friedman dalam *The World is Flat* menyoroti bagaimana pemimpin global harus mampu beradaptasi dengan lingkungan yang terhubung secara kompleks, memahami dinamika politik dunia, serta mengelola risiko geopolitik seperti konflik regional atau perubahan kebijakan ekonomi [3].

Ketidakstabilan politik global seperti perang, sanksi ekonomi, dan konflik regional dapat menghambat operasional perusahaan multinasional, merusak rantai pasok, serta menurunkan kepercayaan pasar. Pemimpin bisnis internasional dituntut untuk berpikir strategis dalam menghadapi risiko ini dengan kemampuan beradaptasi dan pengambilan keputusan yang cepat serta tepat. Salah satu perusahaan yang menghadapi tantangan geopolitik adalah PT. Unilever, perusahaan multinasional dengan operasional di lebih dari 190 negara. Konflik seperti perang Rusia-Ukraina menjadi contoh nyata bagaimana PT. Unilever harus menyesuaikan strategi distribusi dan operasionalnya untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Melalui penelitian ini, akan dikaji bagaimana ketidakstabilan geopolitik memengaruhi operasional PT. Unilever serta strategi bisnis dan kepemimpinan global mereka dalam mengelola ketidakpastian geopolitik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang tantangan nyata yang dihadapi perusahaan global di tengah era ketidakpastian serta langkah-langkah strategis untuk tetap bertahan dan berkembang.

Salah satu perusahaan yang menghadapi berbagai tantang geopolitik adalah PT. Unilever. PT. Unilever sebagai perusahaan multinasional terbesar di dunia menjadi contoh nyata dari perusahaan yang harus menghadapi berbagai tantangan geopolitik. Dengan operasional lebih dari 190 negara, PT. Unilever sangat rentan terhadap dampak dari konflik internasional, perang dagang, perubahan iklim regulasi, serta gejolak politik dinegara tempat mereka beroperasi. Misalnya pada saat terjadi konflik antara rusia dan ukraina PT. Unilever harus menyesuaikan strategi distribusi dan operasionalnya, termasuk pengambilan keputusan dalam mempertahankan kegiatan bisnis di wilayah konflik tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketidakstabilan geopolitik terhadap operasional PT. Unilever, strategi bisnis, kepemimpinan global, serta strategi yang digunakan PT. Unilever dalam menghadapi kondisi geopolitik yang tidak menentu. Maka dari itu penting untuk mengkaji lebih lanjut tentang bagaimana pemimpin PT. Unilever merespons ketidakstabilan politik dan bagaimana strategi mereka bisa menjadi contoh dalam kepemimpinan bisnis global. melalui penelitian ini diharapkan dapat



memahami lebih dalam tentang tantangan nyata yang dihadapi oleh perusahaan global dalam era ketidakpastian geopolitik, serta langkah-langkah yang dilakukan untuk tetap bertahan dan berkembang.

II. KAJIAN LITERATUR

Geopolitik

Geopolitik merupakan istilah yang pertama kali muncul di kalangan elit Eropa untuk menggambarkan persaingan kepentingan antar negara atau kelompok di Eropa dan dunia pada masa itu. Secara umum, istilah ini merujuk pada studi tentang hubungan kekuasaan antar kelompok manusia yang dipengaruhi oleh kondisi geografis suatu wilayah. Meskipun istilah ini berasal dari Eropa, masyarakat Nusantara sebenarnya sudah memiliki pemahaman serupa dalam bentuk konsep tersendiri. Hal ini dapat ditemukan dalam *Serat Sasangka Jati*, yang ditulis pada tahun 1932 di Surakarta. Dalam naskah tersebut, R. Soenarto Martowardojo, berdasarkan petunjuk Ilahi (Suksma Sejati), menyampaikan bahwa unsur-unsur alam seperti api, air, angin, dan tanah di suatu wilayah sangat memengaruhi pembentukan karakter dan kondisi fisik masyarakat yang tinggal di sana [4][5].

Karakter dan kondisi fisik masyarakat inilah yang menjadi fokus dalam studi geopolitik. Di era modern, meskipun masyarakat dunia sangat beragam, kemajuan teknologi telah membuat mereka semakin dekat satu sama lain. Namun, perbedaan karakter dan cara pandang bisa memicu konflik jika para pelaku tidak memiliki kesadaran geopolitik. Presiden Soekarno, sebagai tokoh utama kemerdekaan Indonesia, sangat memahami pentingnya wawasan geopolitik, terutama bagi para pembuat kebijakan strategis di Indonesia. Karena itulah, pada tahun 1965 beliau mendirikan Lembaga Ketahanan Nasional (Lemhannas) sebagai tempat pendidikan dan kajian geopolitik nasional.

Beberapa teori geopolitik dari para ahli membantu kita memahami hubungan antara kekuasaan dan wilayah. Misalnya, Friedrich Ratzel melihat negara seperti makhluk hidup yang membutuhkan *ruang hidup* untuk tumbuh dan bertahan. Menurutnya, semakin luas wilayah suatu negara, semakin kuat negara tersebut [6]. Rudolf Kjellen berpendapat bahwa negara adalah satu kesatuan wilayah yang terdiri dari sistem politik yang mencakup unsur geopolitik, demografi, ekonomi, sosial, dan kekuasaan [7]. Karena itu, negara perlu menjaga bahkan memperluas wilayahnya untuk bertahan. Karl Haushofer menambahkan bahwa jika jumlah penduduk terus bertambah, maka ruang hidup akan semakin sempit. Solusinya adalah memperluas wilayah negara. Sementara itu, Sir Halford Mackinder menyoroti pentingnya wilayah tengah Eurasia, yang ia sebut *Heartland*, sebagai kunci untuk menguasai dunia [7]. Sebaliknya, Nicholas Spykman mengembangkan teori *Rimland* atau *Daerah Batas*, yang mencakup daratan pesisir, laut, dan udara sebagai wilayah strategis utama dalam geopolitik [7].

Makna dari geopolitik bisa berbeda-beda tergantung pada bagaimana orang memahaminya. Contohnya, kasus pembajakan di Selat Malaka lebih mudah dijelaskan lewat sudut pandang geopolitik karena menyangkut posisi geografis wilayah tersebut, bukan hanya hubungan antarnegara. Kebijakan geopolitik suatu negara biasanya dipengaruhi oleh letak geografis dan ideologi politik, bukan hanya keputusan dari kepala negara. Misalnya, kebijakan luar negeri Amerika Serikat bisa berubah tergantung partai yang memimpin. Partai Demokrat, misalnya, cenderung lebih suka menyelesaikan masalah dengan kerja sama internasional (multilateral). Pendekatan ini juga bisa memengaruhi harapan atau respon dari negara-negara lain, terutama yang berhubungan dengan Timur Tengah, China, dan Korea Utara. Jadi, meskipun letak geografis suatu negara tidak berubah, arah kebijakan geopolitiknya bisa berganti sesuai dengan kepentingan ideologi dan tujuan nasional.

Contoh peristiwa geopolitik yang berdampak terhadap bisnis global yaitu saat terjadinya perang antara Rusia dengan Ukraina (2022). Hal tersebut menyebabkan harga energi naik sehingga harga minyak dan gas naik drastis, ini berdampak langsung pada biaya produksi dan distribusi berbagai industri di seluruh dunia. Dampak lainnya adalah gangguan rantai pasok, gangguan ekspor dari kedua negara ini menyebabkan kelangkaan bahan baku dan kenaikan harga produk diberbagai sektor termasuk makanan dan otomotif. Adapun ketidakpastian investasi yang terjadi, banyak investor menarik diri dari kawasan yang terdampak.



Ketidakstabilan Politik

Di era globalisasi yang semakin rumit, kerja sama ekonomi antarnegara menjadi semakin penting. Kerja sama ini bisa berbentuk blok perdagangan, perjanjian antar dua negara, atau organisasi ekonomi internasional. Tujuannya adalah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing negara di tingkat global. Namun, keberhasilan kerja sama tersebut tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi saja. Stabilitas politik juga sangat berpengaruh, karena negara yang aman dan stabil lebih dipercaya untuk menjalin kerja sama ekonomi.

Ketidakpastian politik adalah salah satu tantangan besar bagi perusahaan yang menjalankan bisnis di luar negeri. Hal-hal seperti pergantian pemimpin negara, perubahan kebijakan pemerintah, konflik antarnegara, atau ketidakstabilan sosial bisa mengganggu jalannya bisnis di berbagai negara. Karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kondisi politik di negara tempat mereka beroperasi. Masalah politik bisa berdampak pada banyak hal, seperti keputusan investasi, kelancaran rantai pasokan, hingga hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dalam artikel ini akan dibahas bagaimana ketidakpastian politik memengaruhi bisnis internasional, langkah-langkah yang bisa diambil perusahaan, dan pentingnya manajemen risiko untuk menghadapi tantangan politik tersebut.

Ketidakpastian politik dapat berdampak besar pada keputusan investasi perusahaan. Saat terjadi krisis politik atau kebijakan keuangan negara yang tidak jelas, perusahaan mungkin memilih untuk menunda atau bahkan membatalkan rencana ekspansi. Selain itu, ada risiko pemerintah mengambil alih aset perusahaan (disebut ekspropriasi), yang bisa menyebabkan kerugian besar. Perubahan kebijakan perdagangan, seperti kenaikan tarif atau larangan impor, juga bisa membuat perusahaan sulit masuk ke pasar internasional, menaikkan biaya operasional, dan akhirnya mengurangi keuntungan serta pertumbuhan bisnis.

Rantai pasokan global sangat mudah terganggu oleh ketidakpastian politik, seperti konflik antarnegara, sanksi ekonomi, atau ketidakstabilan di suatu wilayah. Hal ini bisa menyebabkan keterlambatan pengiriman, naiknya biaya produksi, dan sulitnya mendapatkan bahan baku. Perusahaan yang mengandalkan negara-negara yang sedang mengalami konflik atau terkena sanksi perdagangan bisa menghadapi gangguan besar dalam operasional mereka. Selain itu, masalah politik juga bisa menyulitkan akses ke tenaga kerja terampil, misalnya karena pembatasan visa atau aturan imigrasi yang ketat, yang akhirnya berdampak pada pertumbuhan dan kemampuan perusahaan untuk berinovasi.

Ketidakpastian politik juga bisa memengaruhi citra perusahaan dan hubungan mereka dengan pemerintah di negara tempat mereka beroperasi. Di negara yang tidak stabil secara politik, menjalin hubungan dekat dengan pemerintah yang sedang berkuasa bisa jadi berisiko. Jika terjadi pergantian kekuasaan, hubungan tersebut bisa justru merugikan perusahaan. Selain itu, jika sebuah perusahaan terlihat mendukung kebijakan yang kontroversial atau terlibat dalam pelanggaran hak asasi manusia, terutama di negara dengan pemerintahan otoriter, mereka bisa mendapat boikot dari konsumen atau tekanan dari kelompok masyarakat. Karena itu, perusahaan harus hati-hati dalam menjalin hubungan dengan pemerintah, sambil tetap menjaga nama baik mereka di mata publik internasional.

Kepemimpinan Global

Seorang pemimpin adalah seseorang yang memiliki keahlian atau keunggulan di bidang tertentu. Umumnya, pemimpin mampu memengaruhi orang lain untuk bekerja sama dalam melakukan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Kepemimpinan sendiri dapat diartikan sebagai seni, fungsi, proses, dan kemampuan untuk memengaruhi serta mengarahkan orang lain melalui kepatuhan, kepercayaan, dan loyalitas, agar mereka bertindak sesuai dengan tujuan yang ditetapkan (Saputra, Pranoto, & Ali, 2021) [7].



Selain itu, kepemimpinan juga merupakan hubungan antara pemimpin dan orang-orang yang dipimpinnya, di mana pemimpin mendorong mereka untuk bekerja dengan kesadaran dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas demi tercapainya tujuan bersama. Menurut Syahril (2019), kepemimpinan adalah proses menata dan mengarahkan kinerja untuk mencapai keputusan yang diinginkan. Kepemimpinan juga mencakup bagaimana seseorang mengelola pengaturan dan kondisi dalam situasi tertentu untuk mendukung pencapaian tujuan tersebut [8].

Kepemimpinan bisa digambarkan sebagai proses yang kompleks, di mana seorang pemimpin memengaruhi bawahannya untuk bersama-sama mencapai visi, misi, tujuan, atau target organisasi, agar organisasi tersebut bisa berkembang dan menjadi lebih solid. Pemimpin menjalankan peran ini dengan memanfaatkan kualitas yang dimilikinya, seperti keyakinan, nilai-nilai, moral, kepribadian, pengetahuan, dan keterampilan. Kepemimpinan juga merupakan hubungan antara pemimpin dan orang-orang yang dipimpinnya, di mana pemimpin mendorong mereka untuk bekerja secara sadar dan terarah demi mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan melibatkan proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan rencana, serta kemampuan untuk menyesuaikan strategi sesuai dengan situasi dan kondisi yang sedang terjadi.

Kepemimpinan adalah suatu gejala universal dari kehidupan umat manusia (Bass, 1985) [9]. Fakta ini menegaskan bahwa dimana ada kehidupan manusia sebagai suatu kelompok disitu ada kepemimpinan dan diperlukan bahkan menjadi penting. Dalam kepemimpinan, komponen pemimpin memiliki tempat yang sentral dan penting dimana keberadaan dan kinerjanya menentukan maju atau mundur, serta jatuh atau banggunya suatu organisasi. Prinsip ini ditegaskan dalam Amsal 11:14 yang menekankan *"jikalau tidak ada pimpinan, jatuhlah bangsa tetapi jikalau penasihat banyak, keselamatan ada"*. Kebenaran ini menegaskan bahwa pemimpin sepenuhnya ada untuk organisasi dan ada untuk orang-orang yang dipimpinnya [10].

Konsep kepemimpinan memiliki banyak pengertian dan bisa digunakan dalam berbagai konteks. Dalam beberapa penelitian, perilaku kepemimpinan diartikan sebagai tindakan seorang manajer atau pemimpin dalam mengarahkan anggota kelompok atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu (Madanchian et al., 2017) [10]. Karena itu, kepemimpinan selalu melibatkan interaksi antara pemimpin dan bawahan dalam melaksanakan tugas-tugas yang telah ditentukan oleh organisasi. Di era globalisasi, perkembangan teknologi, dan perubahan demografi yang pesat, hubungan yang fleksibel dan terbuka antara pemimpin dan karyawan menjadi sangat penting. Agar perusahaan tetap mampu bersaing di pasar global, mereka perlu membangun hubungan emosional yang kuat, saling percaya, dan loyalitas antara pemimpin dan timnya.

Kepemimpinan global menjadi topik penting dalam berbagai bidang seperti bisnis, sosial, manajemen, dan pengembangan sumber daya manusia (Harteis, 2012; Caligiuri & Tarique, 2012; Rockstuhl et al., 2011) [10]. Saat ini, dunia bisnis yang semakin terhubung secara global menciptakan kebutuhan akan perusahaan internasional. Dalam lingkungan perusahaan, pemimpin memegang peran utama. Namun, peran dan tanggung jawab mereka menjadi semakin kompleks karena kemajuan teknologi dan keterlibatan dalam proses globalisasi (Punnett, 2004) [10].

Teknologi yang terus berkembang telah mengubah cara orang berbisnis dan berkomunikasi di dunia global. Oleh karena itu, pemimpin bisnis internasional atau lintas budaya harus mampu melihat perubahan sebagai tantangan sekaligus peluang untuk mendorong pertumbuhan perusahaan dan pengembangan individu. Dalam situasi perubahan yang cepat, pemimpin berperan sebagai fasilitator yang membantu organisasi merespons dampak dari perubahan demografi, teknologi, dan globalisasi. Ini termasuk memberikan keterampilan khusus yang dibutuhkan oleh para pemimpin global. Saat permintaan terhadap perusahaan berbasis pengetahuan meningkat, baik pemimpin maupun karyawan memiliki tanggung jawab untuk terus belajar dan mengembangkan kemampuan mereka (Harteis, 2012; Aggarwa, 2011) [10].

Pemimpin global juga perlu membangun keterampilan interpersonal dalam tim dan organisasi (Byrd, 2007) [10]. Untuk berhasil, pemimpin harus memahami ekspektasi kepemimpinan yang berbeda-beda, karena individu dari latar belakang budaya yang beragam mungkin memiliki pandangan dan harapan yang berbeda terhadap seorang pemimpin (Ulrich & Smallwood, 2012) [10].



Kepemimpinan global adalah kemampuan seorang pemimpin untuk memimpin di lingkungan yang beragam budaya dan terus berubah, terutama karena pengaruh globalisasi dan kemajuan teknologi. Pemimpin global perlu bersikap fleksibel, bisa berkomunikasi dengan baik lintas budaya, dan cepat menyesuaikan diri dengan perubahan sosial, ekonomi, maupun teknologi. Dalam dunia bisnis internasional, mereka harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan karyawan dari berbagai latar belakang, membangun rasa saling percaya, serta mendorong pengembangan kemampuan karyawan agar perusahaan tetap unggul di pasar global.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur atau kepustakaan dan pengumpulan data dilakukan dengan membaca dan mencatat data dari berbagai sumber literatur. Penulisan artikel ini menggunakan metodologi kualitatif, dengan data yang dihasilkan berupa kata-kata atau deskripsi dari literatur yang digunakan. Penulisan menggunakan jenis penulisan studi literatur yang berpusat pada temuan yang berkaitan dengan subjek atau variabel yang dibahas.

Menurut Webster dan Watson (2019), salah satu metode kualitatif yang digunakan untuk menganalisis literatur yang relevan dengan topik penulisan adalah studi literatur. Buku tersebut menjelaskan bahwa studi literatur melibatkan pencarian, evaluasi, dan sintesis literatur yang relevan dengan topik penulisan dari berbagai sumber informasi, termasuk, tetapi tidak terbatas pada, buku, jurnal, dan sumber informasi lainnya. Studi literatur dapat membantu penelitian [11].

Webster dan Watson (2019) ini juga menekankan bahwa studi literatur tidak hanya sekadar mengumpulkan dan mengulas literatur yang relevan, tetapi juga melibatkan analisis kritis terhadap literatur tersebut. Peneliti perlu mempertimbangkan kualitas, validitas, dan keandalan dari sumber informasi yang digunakan, serta memahami pandangan yang berbeda-beda dalam penelitian sebelumnya dan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

Metode ini melibatkan dari berbagai sumber baik jurnal, buku, dokumentasi, internet dan Pustaka yang relevan dengan topik geopolitik dan kepemimpinan bisnis global. Sumber-sumber yang relevan dipilih berdasarkan standar khusus untuk analisis penelitian studi literatur ini.

IV. PEMBAHASAN DAN HASIL

Studi Kasus: PT. Unilever Indonesia

PT Unilever Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan besar di Indonesia yang bergerak di bidang barang kebutuhan sehari-hari atau *Fast Moving Consumer Goods (FMCG)*. Perusahaan ini didirikan pada 5 Desember 1933 dengan nama *Lever's Zeepfabrieken N.V.* dan berlokasi di Angke, Jakarta Utara. Seiring waktu, namanya berubah menjadi PT Lever Brothers Indonesia pada tahun 1980, lalu pada 30 Juni 1997 resmi memakai nama PT Unilever Indonesia Tbk. Unilever Indonesia memproduksi lebih dari 40 merek terkenal yang terbagi dalam dua kategori utama, yaitu produk perawatan rumah dan pribadi serta makanan dan es krim. Beberapa produk populernya adalah Pepsodent, Lux, Lifebuoy, Sunsilk, Dove, Rinso, Molto, Royco, Bango, dan Wall's. Sebagai bagian dari perusahaan global Unilever yang berkantor pusat di London, Inggris, Unilever Indonesia telah berkembang menjadi salah satu pemimpin pasar FMCG di Indonesia. Perusahaan ini mulai menjual sahamnya ke publik (*go public*) pada tahun 1982 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia. Unilever Indonesia berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas yang membantu masyarakat menjalani kehidupan yang lebih sehat, bersih, dan nyaman setiap harinya.

Pengaruh Ketidakstabilan Geopolitik terhadap operasional PT. Unilever

Ketidakstabilan geopolitik berpengaruh besar terhadap operasional Unilever, terutama karena perusahaan ini menjalankan bisnisnya lebih dari 190 negara. Misalnya, saat Inggris keluar dari Uni Eropa (*Brexit*), Unilever memutuskan untuk memindahkan kantor pusatnya dari Inggris ke Belanda. Langkah ini diambil karena perubahan aturan pasar Eropa yang mempengaruhi cara perusahaan beroperasi. Contoh lainnya adalah konflik antara Rusia dan Ukraina. Karena tekanan dari dunia internasional, pada tahun 2023 Unilever menjual bisnisnya di Rusia kepada Arnest Group. Keputusan ini tidak hanya berdampak pada pendapatan, tapi



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1865

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

juga menunjukkan bahwa Unilever memperhatikan nilai etika dalam mengambil keputusan bisnis di tengah situasi politik yang sensitif.

Selain itu, ketegangan politik juga bisa mengganggu distribusi produk. Misalnya, penutupan pelabuhan atau larangan ekspor-impor di wilayah konflik bisa menghambat jalannya rantai pasok. Karena Unilever sangat bergantung pada sistem logistik global, hal seperti ini dapat menimbulkan kendala serius. Perusahaan juga harus memastikan agar tetap mematuhi hukum internasional, terutama bila ada sanksi terhadap negara tertentu. Di sisi lain, situasi politik juga memengaruhi konsumen lokal. Konflik atau kebijakan nasionalisme ekonomi sering menyebabkan turunnya daya beli masyarakat. Orang jadi lebih memilih produk dalam negeri, sehingga permintaan terhadap produk Unilever bisa menurun. Ini membuat Unilever harus menyesuaikan cara pemasaran dan cara mereka menjalankan usahanya. Secara keseluruhan, perubahan politik global menjadi tantangan besar bagi Unilever. Mereka bukan hanya harus beradaptasi secara hukum dan logistik, tapi juga harus menjaga citra merek dan memperhatikan tanggung jawab sosial dan etika dalam menjalankan bisnisnya.

Strategi bisnis PT. Unilever menghadapi tantangan Geopolitik

Kepemimpinan global Unilever menekankan pentingnya *ketahanan* dan *kemampuan beradaptasi*. Para pemimpin di perusahaan ini harus terus mengikuti perkembangan situasi politik dunia dan bisa mengambil keputusan yang cepat agar bisnis tetap berjalan lancar. Contohnya terlihat saat Unilever mengubah struktur bisnis globalnya dan lebih fokus pada pertumbuhan di negara-negara prioritas seperti Amerika Serikat, India, dan Tiongkok. CEO Unilever juga membawa pendekatan baru yang disebut “purpose-led, future-fit”. Artinya, bisnis dijalankan dengan tujuan sosial yang jelas, namun tetap efisien dan siap menghadapi perubahan. Ini mencerminkan bahwa pemimpin saat ini harus punya nilai sosial yang kuat dan kemampuan membuat strategi yang tepat. Pendekatan ini juga merupakan jawaban atas tuntutan masyarakat dan investor yang ingin perusahaan bertanggung jawab secara sosial.

Sebagai bagian dari strategi kepemimpinannya, Unilever juga meningkatkan komunikasi Internal dan Eksternal. Saat krisis seperti pandemi atau konflik antarnegara, komunikasi terbuka antara pimpinan dan karyawan sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan semangat kerja. Kepemimpinan yang terbuka dan peduli terhadap semua pihak terbukti membuat organisasi lebih kuat. Unilever juga mempersiapkan pemimpin masa depan melalui program pelatihan yang menekankan pentingnya pemahaman terhadap isu-isu global, politik, dan sosial. Ini menunjukkan bahwa menjadi pemimpin global bukan hanya soal pengalaman, tapi juga soal pendidikan dan pembentukan karakter. Dengan pendekatan yang strategis, fleksibel, dan berbasis nilai, kepemimpinan Unilever berhasil menjaga stabilitas dan pertumbuhan perusahaan, bahkan di tengah ketidakpastian politik dunia.

Peran Kepemimpinan Global PT. Unilever

Kepemimpinan di PT Unilever Indonesia mengacu pada cara para pemimpin mengelola tim dan menjalankan perusahaan. Model kepemimpinan ini mencakup nilai-nilai inti perusahaan, strategi manajemen, serta cara memotivasi dan membimbing karyawan agar bisa bekerja secara maksimal. Nilai-nilai penting yang mendasari kepemimpinan di Unilever antara lain adalah keberlanjutan, integritas, keberagaman, dan kerja sama untuk meraih kesuksesan bersama. Para pemimpin di perusahaan ini juga mendorong partisipasi aktif dari semua anggota tim, tanpa memandang latar belakang, serta fokus pada pengembangan potensi karyawan dari dalam perusahaan. Gaya kepemimpinan yang digunakan lebih bersifat delegatif, artinya pemimpin memberikan kebebasan dan kepercayaan kepada bawahan untuk menjalankan tugasnya. Pemimpin tetap mengarahkan tujuan, tetapi pelaksanaan kegiatan banyak diserahkan kepada tim, sehingga mendorong kemandirian dan tanggung jawab dalam bekerja.

Kepemimpinan Unilever mengatasi ketidakpastian politik dan ekonomi global dengan memperkuat strategi jangka panjang yang fokus pada keberlanjutan, diversifikasi, dan efisiensi operasional. Mereka tidak hanya merespons krisis saat terjadi, tetapi juga membangun sistem yang kuat agar tetap stabil di tengah perubahan, melalui inovasi, penggunaan teknologi digital, dan struktur organisasi yang fleksibel. Salah satu cara



mereka mengurangi risiko adalah dengan menyebarkan operasi ke banyak negara (diversifikasi geografis). Dengan begitu, jika ada masalah di satu negara, bisnis Unilever tetap bisa berjalan lancar di negara lainnya.

Unilever juga menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah dan organisasi internasional. Lewat komunikasi yang aktif, mereka bisa memahami arah kebijakan suatu negara dan menyesuaikan strategi bisnisnya sebelum kebijakan itu berdampak buruk. Pendekatan seperti ini penting, terutama di negara-negara yang situasi politiknya tidak stabil. Selain itu, saat menghadapi krisis, Unilever menggunakan data dan teknologi prediktif untuk mengambil keputusan cepat. Mereka bekerja sama dengan lembaga pemantau risiko untuk terus mengikuti perkembangan politik secara real-time, agar bisa merespons dengan tepat waktu. Untuk memperkuat respons terhadap risiko, Unilever menerapkan gaya kepemimpinan yang cepat dan tanggap (*agile leadership*), yaitu mendorong tim-tim lokal di tiap negara agar bisa mengambil keputusan sendiri sesuai dengan kondisi di tempat mereka.

V. KESIMPULAN

Ketidakstabilan politik di tingkat global memberikan pengaruh besar terhadap operasional PT Unilever sebagai perusahaan internasional. Konflik internasional, ketegangan politik antarnegara, dan perubahan kebijakan pemerintah di berbagai wilayah dapat mengganggu kegiatan produksi, distribusi barang, serta strategi pemasaran Unilever. Untuk menghadapi tantangan ini, Unilever menunjukkan kemampuan beradaptasi yang baik. Perusahaan ini menjalankan strategi seperti diversifikasi pasar, memperkuat komunikasi global, dan menerapkan kepemimpinan yang responsif terhadap isu-isu internasional. Salah satu strategi penting yang dijalankan adalah pendekatan “purpose-led, future-fit”, yaitu menjalankan bisnis dengan tujuan sosial yang jelas namun tetap efisien dan siap menghadapi perubahan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kepemimpinan global yang terbuka, tanggap, dan berdasarkan nilai-nilai etika dapat membuat perusahaan tetap kuat di tengah krisis politik dunia. Unilever juga menggunakan teknologi informasi untuk memantau situasi global secara real-time dan membuat keputusan strategis secara cepat. Selain itu, dengan model kepemimpinan desentralistik, unit-unit di berbagai negara diberi kewenangan untuk mengambil tindakan sesuai dengan kondisi lokal masing-masing. Dengan cara ini, Unilever berhasil menjaga stabilitas dan keberlanjutan bisnisnya. Pendekatan ini bisa menjadi contoh bagi perusahaan lain dalam membangun strategi kepemimpinan yang efektif untuk menghadapi tantangan politik global di masa depan.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada PT. Unilever adalah :

1. Perusahaan perlu meningkatkan kapasitas pemimpin yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika geopolitik. Pelatihan berkelanjutan mengenai isu-isu politik, sosial, dan ekonomi global sangat penting untuk membekali para pemimpin dengan wawasan strategis agar dapat membuat keputusan yang tepat di tengah krisis.
2. Disarankan untuk membangun sistem manajemen risiko yang fokus pada isu geopolitik, termasuk pemantauan situasi global secara real-time, diversifikasi rantai pasok dan pasar, serta penerapan skenario tanggap darurat guna menjaga kelangsungan operasional perusahaan.
3. Membangun hubungan baik dengan pemerintah lokal dan organisasi internasional menjadi langkah penting untuk mengurangi risiko terkait kebijakan, sanksi, atau peraturan perdagangan yang mungkin muncul akibat ketidakstabilan politik.
4. Mengingat bahwa geopolitik sering kali beririsan dengan identitas budaya dan emosi publik, perusahaan perlu mengadopsi strategi komunikasi dan pemasaran yang sensitif terhadap nilai-nilai lokal, agar tidak menimbulkan resistensi dari masyarakat setempat.

Referensi

- [1] Adawiyah, Robiatul. "Kepemimpinan Adaptif Untuk Menavigasi Geopolitik: Tantangan Dan Peluang." *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial* 2.3 (2024): 110-118. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v2i3.785>



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1865

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [2] Rachmawati, E., Hidayatullah, A. R., & Anshori, M. I. (2023). Gaya Kepemimpinan Adaptive Leadership Seorang Pemimpin; Studi Literatur. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 195-210. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.168>
- [31] Saebah, N., & Merthayasa, A. (2023). Peran Kepemimpinan dalam Mengelola Perubahan Bisnis yang Disebabkan oleh Krisis Global. *Syntax Idea*, 5(7), 865-871.
- [4] Tomatala, Yakob. "Pemimpin Human Capital 4.0 Dan Kepemimpinan Global Di Era Milenial." *Jurnal Christian Humaniora* 4.1 (2020): 18-32. <https://doi.org/10.46965/jch.v4i1.12>
- [5] Adeliha, A., & Hendra, H. (2023). Peran lingkungan politik pada bisnis internasional: Pendekatan kualitatif studi pustaka. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2401-2405. [10.33395/jmp.v12i2.13282](https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13282)
- [6] Amalia, N., Syahputra, M. R., Khoiralla, S. A., & Anshori, M. I. (2023). PENGEMBANGAN KEPEMIMPINAN MASA DEPAN. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(3), 972-981.
- [7] Faiq, S. S., Rizal, M., & Tahir, R. (2021). Analisis Manajemen Operasional Perusahaan Multinasional (Studi Kasus Pada PT. Unilever Indonesia Tbk.). *Jurnal Manajemen*, 11(2), 135-143. <https://doi.org/10.30738/jm.v11i2.2478>
- [8] Fauziyah, Shofi Nur, Suci Wulandari, and Mochammad Isa Anshori. "Peran Kepemimpinan Adaptif Dalam Mendorong Inovasi dan Kreativitas Tim: Studi Literatur." *Business and Investment Review* 2.3 (2024): 14-19. [10.61292/birev.105](https://doi.org/10.61292/birev.105)
- [9] Hasugian, F. M. S., Dari, M. W., Siahaan, T. E. G., Akmalia, U., & Matondang, K. A. (2024). Analisis Pengaruh Stabilitas Politik Terhadap Keberhasilan Persekutuan dalam Kerjasama Ekonomi Internasional. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1634-1638. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5921>
- [10] Hidayatullah, Ade Rizaldi, Ahmad Dhani Syahrudin, and Mochammad Isa Anshori. "Analisis Gaya Kepemimpinan dan Manajemen di PT. Sejahtera Wahana Gemilang." *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 3.1 (2024): 371-380. <https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2338>
- [11] Kamilah, M., Mamduh, U., Damayanti, I. A., & Anshori, M. I. (2023). Ethical leadership: Literature study. *Indonesian Journal of Contemporary Multidisciplinary Research*, 2(4), 655-680 <https://doi.org/10.55927/modern.v2i4.4753>
- [12] KIROM, FAJRIN MAULIDIANA. "MODEL KEPEMIMPINAN DI PT UNILEVER INDONESIA." Nazwirman, N. (2020). Keterampilan Kepemimpinan Bisnis Global Yang Efektif. *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(1), 49-65.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1865

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).